



## Décision de radiodiffusion CRTC 2009-318

Référence au processus :  
Avis d'audience publique de radiodiffusion 2008-14

Autres références : 2008-14-1, 2008-14-3

Ottawa, le 1<sup>er</sup> juin 2009

### Diverses requérantes

Orillia (Ontario)

*Audience publique à Orillia (Ontario)  
26 janvier 2009*

### Attribution de licences à de nouvelles stations de radio pour desservir Orillia (Ontario)

*Le Conseil **approuve**, par décision majoritaire, une demande de Bayshore Broadcasting Corporation visant l'obtention d'une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle station de radio FM commerciale devant desservir Orillia.*

*Le Conseil **approuve** également une demande d'Instant Information Services Incorporated visant l'obtention d'une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une nouvelle station de radio FM de renseignements touristiques de faible puissance devant desservir Orillia.*

*Le Conseil **refuse** les autres demandes visant l'obtention de licences de radiodiffusion afin d'exploiter de nouvelles stations de radio FM devant desservir Orillia.*

### Introduction

1. À l'audience publique qui a commencé le 26 janvier 2009 à Orillia (Ontario), le Conseil a examiné huit demandes de nouvelles entreprises de programmation de radio pour desservir Orillia, dont certaines étaient concurrentes sur le plan technique. Les demandes ont été déposées par les requérantes suivantes :

- Bayshore Broadcasting Corporation
- Debra McLaughlin, au nom d'une société devant être constituée
- Frank Torres, au nom d'une société devant être constituée
- Instant Information Services Incorporated
- Larche Communications Inc.
- Newcap Inc.
- Nick Montague, au nom d'une société devant être constituée
- Rock 95 Broadcasting Ltd.

2. Au cours de la présente instance, le Conseil a reçu et examiné des interventions relatives à chaque demande. Le dossier public de la présente instance peut être consulté sur le site web du Conseil, [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca), sous « Instances publiques ».
3. Après avoir examiné les positions des parties à la présente instance, le Conseil estime que les principales questions sur lesquelles il doit se prononcer sont les suivantes :
  - Le marché radiophonique d'Orillia est-il en mesure d'accueillir des services de radio additionnels sans incidence négative induite sur la station existante?
  - Dans l'affirmative, quelles demandes devraient être approuvées compte tenu des facteurs énoncés dans l'avis public de radiodiffusion 2008-30 (l'Appel)?

### **La capacité du marché radiophonique d'Orillia d'accueillir de nouvelles stations**

4. Orillia se trouve dans le comté de Simcoe, à quelque 30 kilomètres au nord-est de Barrie, 35 kilomètres au sud-est de Midland et 120 kilomètres au nord de Toronto.
5. Selon le recensement 2006 de Statistique Canada, la population de l'agglomération de recensement d'Orillia était de 40 532 habitants. La population avait augmenté de 5,7 % depuis le recensement de 2001, à comparer à 5,4 % pour le Canada et à 6,6 % pour l'Ontario au cours de la même période. Le Conseil considère Orillia comme un petit marché au sens de l'avis public de radiodiffusion 2006-159.
6. L'économie d'Orillia se compose à la fois d'industries manufacturières, de services gouvernementaux, de services à la clientèle et de tourisme; la localité retire aussi des bénéfices saisonniers du fait qu'elle soit une région récréative et un endroit où les résidents du sud de l'Ontario possèdent des résidences secondaires. Selon le sondage des marchés réalisé en 2008 par le Financial Post, le commerce au détail à Orillia augmentera de près de 20 % entre 2008 et 2013. Le Conseil reconnaît cependant que ces projections ont été faites avant le récent repli de l'économie.
7. Le marché radiophonique d'Orillia est présentement desservi par une station commerciale locale (CICX-FM) appartenant à Larche Communications Inc. (Larche). Après avoir exploité une formule rock classique/succès classiques, cette station exploite une formule de musique country depuis mars 2008.
8. Les données de Sondages BBM indiquent que l'écoute hors marché des auditeurs de 12 ans et plus de la région d'Orillia représente quelque 83 % de l'écoute totale. On compte parmi les stations hors marché de Barrie et de Midland accessibles aux auditeurs d'Orillia plusieurs stations FM qui offrent notamment une formule rock classique/grand public (CFJB-FM), musique adulte contemporaine (CHAY-FM) et rock classique/succès classiques (CICZ-FM). Cette dernière appartient à Larche.

9. Si on compare les taux des revenus publicitaires de la radio et des ventes au détail d'Orillia avec ceux du reste du Canada, on comprend qu'il existe un potentiel important de recettes publicitaires dans le marché radiophonique d'Orillia, et ce, notamment en raison du grand nombre d'auditeurs présentement tournés vers des stations hors marché<sup>1</sup>. De plus, le Conseil note qu'un certain nombre de marchés de taille comparable à celui d'Orillia soutiennent deux ou même davantage de stations de radio rentables.
10. À l'audience publique, le Conseil a demandé aux parties de déposer leurs commentaires sur la capacité du marché radiophonique d'Orillia d'accueillir de nouvelles stations et sur la viabilité des plans d'affaires de celles-ci. Larche, à la fois titulaire en place et requérante dans la présente instance, s'oppose pour l'instant à l'arrivée d'une nouvelle titulaire autre qu'elle-même. Elle déclare qu'une nouvelle titulaire commerciale dans le marché aurait dans le moment une incidence sur CICX-FM, ce qui pourrait entraîner une réduction des services de la station. La titulaire en place exprime cependant sa confiance en sa capacité de faire face à la concurrence et de survivre. À l'exception de Larche, les requérantes ne prévoient pas que la venue d'une nouvelle station provoque une incidence indue sur la titulaire en place. De façon générale, les requérantes ont reconnu que les récents changements dans l'économie pourraient avoir des conséquences négatives sur leur proposition respective. Elles ont néanmoins déclaré que leur plan d'affaires demeurerait viable, tant dans le moment que plus tard lors de la mise en exploitation prévue de leur entreprise.
11. Le Conseil est conscient de la situation économique actuelle, mais il note que ce repli ne sera pas permanent. En conséquence, le Conseil tient compte de la période qui s'écoule généralement entre l'attribution d'une licence à un nouveau service et le lancement de celui-ci.
12. Après avoir examiné la preuve au dossier public, y compris les commentaires reçus lors de l'étape des comparutions à l'audience publique, le Conseil est d'avis que le marché radiophonique d'Orillia, compte tenu de son potentiel de revenus publicitaires, est en mesure d'accueillir une nouvelle station de radio commerciale grand public et qu'une station de renseignements touristiques, et ce, sans provoquer d'incidence économique indue sur la station en place. Le Conseil estime également qu'une nouvelle station commerciale grand public apportera de la diversité dans le marché grâce à la concurrence qu'elle suscitera.
13. Dans l'avis public de radiodiffusion 2006-159, le Conseil fait état de ses préoccupations sur la faiblesse relative de la rentabilité des marchés radiophoniques comptant moins de 250 000 habitants et énonce son intention de ne pas accorder trop de licences dans ces marchés. Le Conseil est d'avis que l'attribution d'une licence à une station de radio commerciale grand public et à une station de faible puissance de renseignements touristiques pour desservir le marché d'Orillia en ce moment respecte cette intention.

---

<sup>1</sup> Le Conseil note que, conformément aux lignes directrices sur le traitement confidentiel des rapports annuels, énoncées dans la circulaire n° 429, l'ensemble des résultats financiers du marché radiophonique d'Orillia ne peut être dévoilé en raison du nombre limité de titulaires desservant ce marché.

## Examen des demandes

### Demandes de nouvelles stations commerciales grand public

14. Après avoir décidé qu'il y avait place dans le marché radiophonique d'Orillia pour un autre service de radio commerciale grand public, le Conseil a examiné les demandes pour desservir ce marché à la lumière des facteurs pertinents à l'évaluation des demandes énoncés dans l'Appel, y compris les facteurs prévus dans la décision 99-480 :
  - la qualité de la demande;
  - la diversité des voix éditoriales;
  - le fait que le marché radiophonique d'Orillia se compose d'auditeurs mal desservis;
  - la concurrence dans le marché radiophonique et l'incidence sur le marché.
15. Les détails des demandes sont énoncés à l'annexe 1 de la présente décision.
16. Après avoir examiné toutes les demandes à la lumière des facteurs indiqués ci-dessus, le Conseil est d'avis que la proposition de Bayshore Broadcasting Corporation (Bayshore) satisfait le mieux aux besoins du marché radiophonique d'Orillia. De l'avis du Conseil, l'expérience de Bayshore à titre d'exploitant de petit marché bien établi dans la région, où elle possède CHGB-FM Wasaga Beach, CFOS Owen Sound, CFPS-FM Port Elgin et CHWC-FM Goderich, profitera au marché radiophonique d'Orillia. La station proposée par Bayshore offrira aussi une nouvelle voix radiophonique dans le marché ainsi qu'un reflet local important.
17. Bayshore propose d'offrir une formule de musique contemporaine légère pour adultes visant les auditeurs entre 35 et 64 ans. Elle s'engage, par condition de licence, à consacrer au moins 12 % de ses pièces musicales à des pièces tirées de la catégorie de teneur 3 (musique pour auditoire spécialisé), ce qui, selon le Conseil, ajoutera à la diversité musicale dans le marché.
18. Le Conseil note aussi que Bayshore s'engage, par condition de licence, à consacrer à des pièces canadiennes au moins 40 % de toutes les pièces de catégorie 2 (musique populaire) diffusées chaque semaine de radiodiffusion et entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi. Ce pourcentage excède l'exigence minimale prévue dans le *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), compte tenu des modifications successives, ce qui augmentera la diffusion de musique populaire canadienne. Des **conditions de licence** exigeant que Bayshore respecte ces engagements sont énoncées à l'annexe 2 de la présente décision.
19. Toute la programmation de la station sera locale, dont 85 heures d'émissions en direct. Au cours de chaque semaine de radiodiffusion, 20 heures et 54 minutes seront consacrées à des émissions de créations orales, y compris 8 heures et 20 minutes de nouvelles pures. Au moins 75 % des nouvelles seront locales.

20. Toutes les titulaires de radio commerciale doivent respecter les exigences relatives aux contributions annuelles de base au titre du développement du contenu canadien (DCC) énoncées à l'article 15 du Règlement. Le Conseil note que Bayshore s'engage à verser une contribution excédentaire à l'exigence minimale de base au titre du DCC. Plus précisément, Bayshore s'engage à consacrer, par condition de licence, une somme de 350 000 \$ en excédent de la contribution annuelle de base, au cours d'une période de sept années de radiodiffusion consécutives, et ce, dès le début de l'exploitation du service. La FACTOR recevra au moins 20 % de cette somme, alors que le solde sera versé aux projets admissibles suivants : le Aboriginal Broadcast Training and Development Fund, les programmes de musique des écoles secondaires de la région d'Orillia en vue d'acheter de nouveaux instruments de musique, des partitions musicales ou encore de financer le coût des voyages de participation à des concours nationaux ou internationaux, les services Orillia Lake Country Reading Series, le festival Orillia Spring Blues et le festival d'été Leacock. Une **condition de licence** exigeant que Bayshore respecte ces engagements est énoncée à l'annexe 2 de la présente décision.

#### **Instant Information Services Incorporated**

21. Le Conseil est d'avis que, compte tenu du caractère distinctif de sa formule et du fait qu'elle ne diffusera que six minutes de matériel publicitaire par heure, la station FM de faible puissance de langue anglaise de renseignements touristiques proposée par Instant Information Services Incorporated (Instant Information) constituera un atout pour le marché radiophonique d'Orillia, sans avoir d'incidence induite sur la station existante. La station offrira 125 heures de programmation locale composée de boucles répétées d'informations sur la météo et les conditions routières actuelles, le taux de change de la Banque du Canada en vigueur, ainsi que d'informations touristiques ou communautaires à propos d'événements et d'attrait locaux. La station servira aussi de système de diffusion d'urgence dans le cas d'une situation d'urgence dans la région d'Orillia.
22. À l'audience, Instant Information a indiqué qu'elle respectera l'article 15 du *Règlement de 1986 sur la radio* relatif à la contribution annuelle de base au titre du DCC. Instant Information précise que sa station étant consacrée aux créations orales, elle versera ses contributions aux projets admissibles qui financent des parties indépendantes se consacrant à produire du contenu de créations orales qui ne serait pas autrement produit pour diffusion.

#### **Décisions**

##### **Bayshore Broadcasting Corporation et Instant Information Services Incorporated**

23. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil **approuve**, par décision majoritaire, la demande suivante visant l'obtention d'une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Orillia :

**Bayshore Broadcasting Corporation**  
*Demande 2008-0795-1, reçue le 9 juin 2008*

Les modalités et **conditions de licence** s'appliquant à ce nouveau service sont énoncées à l'annexe 2 de la présente décision.

24. Le Conseil **approuve** également la demande suivante visant l'obtention d'une licence de radiodiffusion afin d'exploiter une entreprise de programmation de radio FM de renseignements touristiques de langue anglaise de faible puissance à Orillia :

**Instant Information Services Incorporated**  
*Demande 2008-0800-1, reçue le 9 juin 2008*

Les modalités et **conditions de licence** s'appliquant à ce nouveau service sont énoncées à l'annexe 3 de la présente décision.

#### **Autres demandes**

25. En ce qui concerne les demandes de Larche et de Rock 95 Broadcasting Ltd. (Rock 95), le Conseil a indiqué à l'audience que l'approbation de ces demandes pourrait aller à l'encontre de la politique sur la propriété commune du Conseil. Tel qu'énoncé dans l'avis public 1998-41 et réaffirmé dans l'avis public de radiodiffusion 2008-4, une personne est autorisée à posséder ou contrôler jusqu'à trois stations exploitées dans une langue donnée dans les marchés comptant moins de huit stations commerciales exploitées dans cette langue, dont deux au plus dans la même bande de fréquences. L'article 2 du Règlement définit le marché d'une station FM comme étant « son périmètre de rayonnement de 3 mV/m ou la zone centrale au sens des Sondages BBM, selon la plus petite de ces étendues. » Aux fins de son examen de ces demandes à la lumière de la politique sur la propriété commune, le Conseil a décidé que le marché en question est mieux défini par Sondages BBM comme le marché radiophonique d'Orillia. Dans la présente instance, si Larche ou Rock 95 exploitaient trois stations de radio FM de langue anglaise dans le marché radiophonique d'Orillia tel que défini par Sondages BBM, il en résulterait une infraction à la politique sur la propriété commune.
26. Le Conseil note que les périmètres de rayonnement de 3 mV/m des stations actuelles de Larche (CICX-FM Orillia et CICZ-FM Midland) recoupent tous deux les frontières du marché radiophonique d'Orillia. De plus, le périmètre de rayonnement de 3 mV/m de la station que propose Larche recouperait aussi le marché radiophonique d'Orillia. Pour ce qui est de Rock 95, les périmètres de rayonnement de 3 mV/m de ses stations actuelles (CFJB-FM Barrie et CKMB-FM Barrie) recoupent tous deux les frontières du marché radiophonique d'Orillia et il en aurait été de même pour le périmètre de rayonnement de sa station proposée.
27. Si les demandes de Larche et de Rock 95 étaient approuvées, les deux titulaires dépasseraient la limite de deux stations FM dans un marché géographique et linguistique donné, telle qu'établie dans la politique sur la propriété commune, ce qui nécessiterait une exception à la politique. Il incombe aux requérantes de prouver qu'un besoin économique ou technique justifierait cette exception à la politique. Le Conseil estime qu'aucune requérante n'a démontré un besoin économique pressant ou n'a traité les questions techniques concernant leurs stations existantes. Le Conseil est donc d'avis

qu'une exception à la politique sur la propriété commune ne serait pas justifiée dans le cadre de la présente instance.

28. À la lumière de tout ce qui précède, le Conseil **refuse** les six autres demandes visant l'obtention de licences de radiodiffusion afin d'exploiter des entreprises de programmation de radio à Orillia, soit les suivantes :

**Debra McLaughlin, au nom d'une société devant être constituée**

*Demande 2008-0831-3, reçue le 12 juin 2008*

**Frank Torres, au nom d'une société devant être constituée**

*Demande 2008-0801-6, reçue le 9 juin 2008*

**Larche Communications Inc.**

*Demande 2008-0789-4, reçue le 6 juin 2008*

**Newcap Inc.**

*Demande 2008-0799-3, reçue le 9 juin 2008*

**Nick Montague, au nom d'une société devant être constituée**

*Demande 2007-1507-1, reçue le 22 octobre 2007*

**Rock 95 Broadcasting Ltd.**

*Demande 2008-0804-0, reçue le 9 juin 2008*

Secrétaire général

**Documents connexes**

- *Appel de demandes – Radio – Orillia (Ontario)*, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-30, 10 avril 2008
- *Diversité des voix – Politique réglementaire*, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-4, 15 janvier 2008
- *Politique révisée concernant la publication d'appels de demandes de licence de radio et nouveau processus de demandes pour desservir les petits marchés*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-159, 15 décembre 2006
- *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006
- *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, avis public CRTC 2000-14, 28 janvier 2000

- *Préambule – Attribution de licences à de nouvelles stations de radio*, décision CRTC 99-480, 28 octobre 1999
- *Politique de 1998 concernant la radio commerciale*, avis public CRTC 1998-41, 30 avril 1998

*La présente décision et l'annexe appropriée devront être annexées à chaque licence. Le présent document est disponible, sur demande, en média substitut et peut également être consulté en version PDF ou en HTML sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>.*



## Annexe 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2009-318

### Détails relatifs à l'évaluation des demandes de nouvelles licences de radiodiffusion pour des entreprises de programmation de radio FM commerciale visant à desservir Orillia (Ontario)

Requérante	Détails de la demande
<b>Bayshore Broadcasting Corporation</b> Demande 2008-0795-1	<b>Type</b> : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise <b>Paramètres techniques</b> : 89,1 MHz (canal 206A), puissance apparente rayonnée de 2 100 watts <b>Formule</b> : musique adulte contemporaine légère <b>Auditoire cible</b> : de façon générale : 35-64 ans, légère prédominance féminine; principalement : 35-54 ans <b>Contenu canadien (musique)</b> : 40 % catégorie 2 <b>Programmation locale par semaine de radiodiffusion</b> : 126 heures <b>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion</b> : 20 heures, 54 minutes et 30 secondes <b>Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion</b> : 8 heures et 20 minutes de nouvelles pures, 75 % locales <b>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base)</b> : 350 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives <b>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion</b> : 8 à 10 % des pièces musicales <b>Pièces musicales de catégorie 3**</b> : 12 % par condition de licence <b>Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion</b> : 85 heures
<b>Debra McLaughlin, au nom d'une société devant être constituée</b> Demande 2008-0831-3	<b>Type</b> : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise <b>Paramètres techniques</b> : 89,1 MHz (canal 206B), puissance apparente rayonnée moyenne de 2 900 watts <b>Formule</b> : albums de musique alternative pour adultes, surtout de la musique actuelle et qui tourne fréquemment <b>Auditoire cible</b> : de façon générale : 18-54 ans; principalement : 25-44 ans <b>Contenu canadien (musique)</b> : 40 % <b>Programmation locale par semaine de radiodiffusion</b> : 126 heures <b>Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion</b> : 18 heures et 57 minutes <b>Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion</b> : 4 heures et 27 minutes de nouvelles pures, 75 % locales <b>Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base)</b> : 278 632 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives <b>Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion</b> : 20 % des pièces musicales <b>Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion</b> : 111 heures

**Frank Torres, au nom  
d'une société devant  
être constituée**

Demande 2008-0801-6

**Type** : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise  
**Paramètres techniques** : 89,1 MHz (canal 206B1), puissance apparente rayonnée moyenne de 5 600 watts  
**Formule** : musique contemporaine pour adultes  
**Auditoire cible** : de façon générale : 25-54 ans; principalement : 35-54 ans, prédominance féminine  
**Contenu canadien (musique)** : 40 % catégorie 2  
**Programmation locale par semaine de radiodiffusion** : minimum de 120 heures, possibilité de 6 heures d'émissions souscrites  
**Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion** : 19 heures et 10 minutes  
**Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion** : 4 heures et 22 minutes de nouvelles pures, 60 % locales  
**Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base)** : 350 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives  
**Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion** : 10 % des pièces musicales  
**Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion** : 24 heures par jour

**Instant Information  
Services Incorporated**

Demande 2008-0800-1

**Type** : entreprise de programmation de radio FM commerciale de faible puissance de langue anglaise de renseignements touristiques  
**Paramètres techniques** : 98,5 MHz (canal 253FP), puissance apparente rayonnée de 27 watts  
**Formule** : renseignements touristiques  
**Auditoire cible** : tous les groupes d'âge  
**Contenu canadien (musique)** : s/o  
**Programmation locale par semaine de radiodiffusion** : 125 heures  
**Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion** : 97 %  
**Émissions** : boucles de 10-15 minutes répétées en continu 24 heures par jour, sept jours par semaine, 365 jours par année et composées de renseignements sur la météo, les conditions routières, la circulation, le taux de change de la Banque du Canada et d'informations touristiques ou communautaires à propos d'événements et d'attrait locaux, etc.  
**Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion** : s/o

**Larche  
Communications Inc.**

Demande 2008-0789-4

**Type** : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise  
**Paramètres techniques** : 89,1 MHz (canal 206B1), puissance apparente rayonnée moyenne de 1 000 watts  
**Formule** : musique adulte contemporaine hot  
**Auditoire cible** : de façon générale : 18-49 ans; principalement : femmes 18-34 ans  
**Contenu canadien (musique)** : 35 % catégorie 2  
**Programmation locale par semaine de radiodiffusion** : 126 heures  
**Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion** : 13 heures et 37 minutes  
**Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion** : 3 heures et 48 minutes de nouvelles pures, 75 % locales

**Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) :** 172 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives

**Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion :** engagement pour 5 % mais cherchera à atteindre entre 5 et 10 % des pièces musicales

**Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion :** 91 heures, de 6 h et 19 h

**Émissions enregistrées diffusées par semaine de radiodiffusion :** de 19 h à minuit

**Newcap Inc.**  
Demande 2008-0799-3

**Type :** entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise

**Paramètres techniques :** 89,1 MHz (canal 206B1), puissance apparente rayonnée moyenne de 1 000 watts

**Formule :** musique contemporaine à succès (top 40)

**Auditoire cible :** de façon générale : 18-44 ans; principalement : femmes 25-34 ans

**Contenu canadien (musique) :** 40 % catégorie 2

**Programmation locale par semaine de radiodiffusion :** offre 126 heures, mais s'engage à 120 heures

**Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion :** 18 heures et 20 minutes

**Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion :** 3 heures de nouvelles pures, 75 % locales

**Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) :** 350 000 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives

**Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion :** 15 % des pièces musicales

**Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion :** 91 heures

**Émissions enregistrées diffusées par semaine de radiodiffusion :** hors des périodes de grande écoute

**Nick Montague, au nom d'une société devant être constituée**  
Demande 2007-1507-1

**Type :** entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise

**Paramètres techniques :** 89,1 MHz (canal 206A), puissance apparente rayonnée de 332 watts

**Formule :** rock classique et country outlaw

**Contenu canadien (musique) :** 35 % catégorie 2\*

**Programmation locale par semaine de radiodiffusion\*\*\* :** 126 heures

**Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion :** 21 heures 12 minutes

**Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion :** 3 heures de nouvelles pures\*\*\*\*, 83 % locales

**Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base) :** 43 543 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives

**Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion :** 5 % des pièces musicales

**Émissions diffusées en direct par semaine de radiodiffusion :** 98 heures

**Émissions enregistrées diffusées par semaine de radiodiffusion :** 28 heures

**Rock 95 Broadcasting Ltd.**

Demande 2008-0804-0

**Type** : entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise

**Paramètres techniques** : 89,1 MHz (canal 206A), puissance apparente rayonnée de 6 000 watts

**Formule** : musique adulte contemporaine hot

**Auditoire cible** : de façon générale : 18-64 ans; principalement : 25-44 ans, légère prédominance féminine

**Contenu canadien (musique)** : 40 % catégorie 2

**Programmation locale par semaine de radiodiffusion** : 126 heures

**Émissions de créations orales par semaine de radiodiffusion** : 19 heures et 36 minutes

**Émissions de nouvelles par semaine de radiodiffusion** : 5 heures et 18,5 minutes de nouvelles pures, 50 % locales

**Contribution au développement du contenu canadien (en plus de la contribution annuelle de base)** : 526 800 \$ sur sept années de radiodiffusion consécutives

**Programmation consacrée aux artistes émergents par semaine de radiodiffusion** : 15 % des pièces musicales

**Émissions enregistrées diffusées par semaine de radiodiffusion** : 11 heures 30 minutes

**Émissions préenregistrées produites localement** : 5 heures

\* Pour les pièces musicales de catégorie 2 (musique populaire), les pourcentages indiqués sont établis pour une semaine de radiodiffusion, et pour la période du lundi au vendredi de 6 h à 18 h. La définition de « semaine de radiodiffusion » est celle énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

\*\* Pour les pièces musicales de catégorie 3 (musique pour auditoire spécialisé), les pourcentages indiqués sont établis pour une semaine de radiodiffusion. La définition de « semaine de radiodiffusion » est celle énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

\*\*\* La définition de « semaine de radiodiffusion », en ce qui a trait à la programmation locale, aux émissions de créations orales et aux émissions de nouvelles est celle énoncée dans le *Règlement de 1986 sur la radio*.

\*\*\*\* Tel qu'établi dans *Catégories et sous-catégories de teneur révisées pour la radio*, avis public CRTC 2000-14, 28 janvier 2000, « nouvelles » exclut le matériel de surveillance apparenté, c'est-à-dire les bulletins météorologiques, de circulation, de sports et de loisirs.

## **Annexe 2 à la décision de radiodiffusion CRTC 2009-318**

**Bayshore Broadcasting Corporation**

*Demande 2008-0795-1, reçue le 9 juin 2008*

### **Modalités, conditions de licence, attente et encouragement**

**Attribution de la licence de radiodiffusion visant à exploiter une entreprise de programmation de radio FM commerciale de langue anglaise à Orillia (Ontario)**

#### **Modalités**

La licence expirera le 31 août 2015.

La station sera exploitée à la fréquence 89,1 MHz (canal 206A) avec une puissance apparente rayonnée de 2 100 watts.

Le ministère de l'Industrie (le Ministère) a fait savoir au Conseil que, tout en considérant *a priori* cette demande comme acceptable sur le plan technique, il doit s'assurer, avant d'émettre un certificat de radiodiffusion, que les paramètres techniques proposés n'occasionnent pas de brouillage inacceptable pour les services aéronautiques NAV/COM.

Le Conseil rappelle à la titulaire qu'en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, aucune licence n'est attribuée tant que le Ministère n'a pas confirmé que ses exigences techniques sont satisfaites et qu'il est prêt à émettre un certificat de radiodiffusion.

De plus, la licence de cette entreprise ne sera émise que lorsque la titulaire aura informé le Conseil par écrit qu'elle est prête à en commencer l'exploitation. L'entreprise doit être en exploitation le plus tôt possible et, quoi qu'il en soit, dans les 24 mois suivant la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 1<sup>er</sup> juin 2011. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise par écrit au moins 60 jours avant cette date.

#### **Conditions de licence**

1. La licence est assujettie aux conditions énoncées dans *Conditions de licence propres aux stations de radio commerciale AM et FM*, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2009-62, 11 février 2009.
2. À titre d'exception au pourcentage de pièces musicales canadiennes énoncé aux articles 2.2(8) et 2.2(9) du *Règlement de 1986 sur la radio* (le Règlement), la titulaire doit :

- a) consacrer au moins 40 % des pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) qu'elle diffuse au cours de la semaine de radiodiffusion à des pièces musicales canadiennes diffusées intégralement;
- b) consacrer au moins 40 % des pièces musicales de la catégorie de teneur 2 (musique populaire) qu'elle diffuse du lundi au vendredi d'une même semaine de radiodiffusion entre 6 h et 18 h à des pièces musicales canadiennes diffusées intégralement.

Aux fins de la présente condition, les expressions « semaine de radiodiffusion », « pièces canadiennes », « catégorie de teneur » et « pièces musicales » s'entendent au sens du Règlement.

- 3. La titulaire doit, au cours de toute semaine de radiodiffusion, consacrer au moins 12 % des pièces musicales qu'elle diffuse à des pièces tirées de la catégorie de teneur 3 (musique pour auditoire spécialisé).
- 4. Outre la contribution annuelle de base au titre du développement du contenu canadien (DCC) prévue à l'article 15 du *Règlement de 1986 sur la radio*, compte tenu des modifications successives, la titulaire doit verser, dès le début de l'exploitation de son service, une somme de 50 000 \$ par année (350 000 \$ sur une période de sept années de radiodiffusion consécutives) au titre de la promotion et du développement du contenu canadien.

La titulaire doit verser chaque année de radiodiffusion au moins 20 % de cette somme à la FACTOR. Le reste de la somme doit être alloué à des parties et activités admissibles à un financement au titre du DCC au sens du paragraphe 108 de la *Politique de 2006 sur la radio commerciale*, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006.

## **Attente**

### **Diversité culturelle**

Le Conseil s'attend à ce que la programmation et les pratiques d'embauche de la titulaire reflètent la diversité culturelle du Canada.

## **Encouragement**

### **Équité en matière d'emploi**

Conformément à *Mise en oeuvre d'une politique d'équité en matière d'emploi*, avis public CRTC 1992-59, 1<sup>er</sup> septembre 1992, le Conseil encourage la titulaire à tenir compte des questions d'équité en matière d'emploi lors de l'embauche du personnel et en ce qui a trait à tous les autres aspects de la gestion des ressources humaines.

## Annexe 3 à la décision de radiodiffusion CRTC 2009-318

Instant Information Services Incorporated

Demande 2008-0800-1, reçue le 9 juin 2008

### Modalités, conditions de licence, attente, engagement et encouragement

**Attribution de la licence de radiodiffusion visant à exploiter une entreprise de programmation de radio FM de faible puissance de langue anglaise de renseignements touristiques à Orillia (Ontario)**

#### Modalités

La licence expirera le 31 août 2015.

La station sera exploitée à la fréquence 98,5 MHz (canal 253FP) avec une puissance apparente rayonnée de 27 watts.

Le ministère de l'Industrie (le Ministère) a fait savoir au Conseil que, tout en considérant *a priori* cette demande comme acceptable sur le plan technique, il doit s'assurer, avant d'émettre un certificat de radiodiffusion, que les paramètres techniques proposés n'occasionnent pas de brouillage inacceptable pour les services aéronautiques NAV/COM.

Le Conseil rappelle à la titulaire qu'en vertu de l'article 22(1) de la *Loi sur la radiodiffusion*, aucune licence n'est attribuée tant que le Ministère n'a pas confirmé que ses exigences techniques sont satisfaites et qu'il est prêt à émettre un certificat de radiodiffusion.

Étant donné que les paramètres techniques approuvés dans la présente décision sont associés à un service FM non protégé de faible puissance, le Conseil rappelle également à la titulaire qu'elle devra choisir une autre fréquence si le Ministère l'exige.

De plus, la licence de cette entreprise ne sera émise que lorsque la titulaire aura informé le Conseil par écrit qu'elle est prête à en commencer l'exploitation. L'entreprise doit être en exploitation le plus tôt possible et, quoi qu'il en soit, dans les 24 mois suivant la date de la présente décision, à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée par le Conseil avant le 1<sup>er</sup> juin 2011. Afin de permettre le traitement d'une telle demande en temps utile, celle-ci devrait être soumise par écrit au moins 60 jours avant cette date.

#### Conditions de licence

1. Si la titulaire produit au moins 42 heures d'émissions au cours de toute semaine de radiodiffusion, elle doit respecter le *Code sur la représentation équitable* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, compte tenu des modifications successives approuvées par le Conseil. Toutefois, si la titulaire est un membre en règle du Conseil canadien des normes de la radiotélévision, cette condition de licence ne s'applique pas.

2. La titulaire n'utilisera la station que pour diffuser des messages préenregistrés d'informations destinées aux touristes et portant sur la météo, les conditions routières, le taux de change de la Banque du Canada et des informations touristiques et communautaires sur des événements, attraits et services locaux à Orillia.
3. La titulaire ne diffusera pas plus de six minutes de matériel publicitaire par heure d'horloge.
4. La titulaire ne diffusera pas de pièces musicales sauf comme musique de fond accessoire.

### **Attente**

#### **Diversité culturelle**

Le Conseil s'attend à ce que la programmation et les pratiques d'embauche de la titulaire reflètent la diversité culturelle du Canada.

#### **Engagement**

La titulaire doit offrir son service à titre de moyen de diffusion d'urgence pour la ville d'Orillia.

#### **Encouragement**

##### **Équité en matière d'emploi**

Conformément à *Mise en oeuvre d'une politique d'équité en matière d'emploi*, avis public CRTC 1992-59, 1<sup>er</sup> septembre 1992, le Conseil encourage la titulaire à tenir compte des questions d'équité en matière d'emploi lors de l'embauche du personnel et en ce qui a trait à tous les autres aspects de la gestion des ressources humaines.